

Entscheider treffen Haider – heute mit Ratsherrn-Chef Oliver Nordmann. Zum Wohl!

Im Familienunternehmen, das er mit seinem Bruder in vierter Generation führt, gilt er als der „kreative Visionär“. Mit der alten Hamburger Traditionsmarke Ratsherrn will Oliver Nordmann, geschäftsführender Gesellschafter der Nordmann-Gruppe (600 Mitarbeiter), vor allem Frauen und Weinkenner Lust auf Bier machen. Was Brauer wie er mit Winzern gemeinsam haben, warum es bald in noch mehr Restaurants große Bierkarten geben soll und was das alles mit einem „alten Mädchen“ zu tun hat, verrät Nordmann im Gespräch mit Abendblatt-Chefredakteur Lars Haider. Die neue Folge von „Entscheider treffen Haider“ hören Sie unter www.abendblatt.de/entscheider.

Das sagt Oliver Nordmann über ...

... die Craft-Beer-Szene:
„Die Craft-Beer-Szene ist als Gegenbewegung zu den Konzentrationsprozessen auf dem Biermarkt entstanden. Je größer die großen Bier-Konzerne wurden, desto mehr kleine, unabhängige Brauereien entstanden wieder, denen eine Vielfalt der Biere wichtig ist. Das hat mich begeistert. In diesem Umfeld wollte ich Ratsherrn 2012 neu positionieren, mit 20 bis 30 verschiedenen Bierstilen.“

... Hamburg als Bierstadt:
„Als Bierstadt hat Hamburg eine lange Tradition. Hier gab es früher eine große Zahl von Bierstilen und rund 500 Brauereien. Auch Ratsherrn steht ja in der Tradition der Elbschloss-Brauerei, die schon 1881 gegründet wurde und dann in den 50er-Jahren die Marke Ratsherrn als Premiümbier für Hamburg eingebraut hat. Dieser Tradition fühlen wir uns verpflichtet und sind auch stolz darauf!“

... langweiliges Bier:
„Früher wurde in Deutschland pro Kopf und Jahr rund 140 Liter Bier getrunken, heute sind es noch 100. Das hat auch etwas damit zu tun, dass die Brauereien sich vor allem darauf konzentriert haben, effizienter zu werden, und die Bier-Vielfalt dadurch auf der Strecke geblieben ist. Dadurch ist Bier langweilig geworden, daran wollen wir etwas ändern.“

... die Frage, was Bierbrauer von Winzern lernen können:
Ich denke, vor allem Geduld, aber auch die Liebe zur Natur und zur Vielfalt von Aromen. Hopfen ist ja genauso abhängig von der Region und dem Boden, auf dem er wächst, wie Weintrauben. Unsere Mission ist, dass jeder Konsument seinen Bierstil, seine Aromatik entdeckt und dann sagt: Ich bleibe beim Bier. Eine Bierbegleitung zu einem Fünf-Gänge-Menü soll und kann genauso selbstverständlich werden, wie es heute eine

Weinbegleitung ist. Mit dem großen Vorteil, dass Bier deutlich weniger Alkohol hat. Übrigens war ich vor Kurzem in einem Restaurant in Stockholm, wo es zu jedem Essen eine Wein- und eine Bierempfehlung gab. So soll es sein.“

... ein Bier und 60 Weine:
„Es kann doch nicht sein, dass es in Restaurants eine Weinkarte mit 60 oder mehr verschiedenen Titeln gibt, aber nur eine Biersorte. Ein Grund hierfür ist, dass viele Gastronomen finanziell von Brauereien abhängig sind: Die haben ihnen jahrzehntelang Darlehen gegeben, die sie von Banken nicht bekommen hätten, und dafür als Gegenleistung verlangt, dass nur ihr Bier ausgeschenkt

wird. Das ist die alte Welt, die brechen wir gerade auf. Wir haben eine Spezialbank gefunden, die Gastronomen finanziert – und die somit die Möglichkeit haben, mehrere Biersorten anzuschicken. Gut sortierte Restaurants sollten drei bis fünf Fassbiere haben und darüber hinaus weitere Sorten in der Flasche anbieten.“

... Biere aus Weingläsern:
„In unserer Ratsherrn Bar am Mühlentempel werden die Biere aus Weingläsern getrunken und auch genauso geschwenkt. Bei den Belgiern kann man je nach Sorte zwischen sechs oder sieben verschiedenen Gläsern wählen.“

... die eigenen Braugaststätten:
„Wir haben 2013 im Ratsherrn Braugasthaus Altes Mädchen damit angefangen, in einem Lokal 20 Fassbiere und 70 Biere aus der Flasche anzubieten. Und es funktioniert: Die Gäste mögen das. Inzwischen haben wir fünf eigene Braugaststätten und planen weitere. Es gibt auch eine Anfrage aus der Schweiz, ob wir dort so etwas planen können.“

... neue Zielgruppen:
„Unser Ziel ist, Frauen und Weintrinker von den neuen Bieren zu begeistern. Bei Pilstrinkern ist das schwieriger, die sind in der Regel sehr konservativ und ihrem Bier treu. Für mich ist es ein Ansporn, Weintrinker zu konvertieren. Sehr wichtig sind für uns als Zielgruppe auch junge Leute zwischen 25 und 30.“

... alkoholfreies Bier:
„Wir haben anderthalb Jahre geforscht, wie wir Geschmack in ein Bier ohne Alkohol kriegen. Das ist nicht leicht, weil Alkohol ja der Geschmacksträger ist, beim Bier wie beim Wein. Wir haben uns damit erst schwergetan, haben jetzt aber ein alkoholfreies Ratsherrn im Programm, mit dem wir sehr zufrieden sind.“

... Bio-Bier:
„Wir haben einige Sorten in Bio-Qualität. Wir haben einen eigenen ökologischen Anbau auf Rügen, den wir sukzessive ausbauen. Es geht ja auch um Umweltschutz, und in diesem Bereich sind wir aus meiner Sicht ziemlich weit vorn. Darauf achten gerade junge Leute, und das ist ja auch gut so. Noch ist Bio aber

eine Nische, die wachsen muss.“

... Pleiten von Gastronomen durch Corona:
„Wir glauben schon, dass 20 Prozent der Gastronomen existenzielle Probleme bekommen werden. Vor allem die, die schon vor Corona nicht so richtig positioniert waren. Das ist für uns alle nicht gut.“

... Bier, das Heimat braucht:
Gerade für Bier gilt dieser Slogan doch sehr! Wenn Sie mitten in den Schanzhöfen im Biergarten des Alten Mädchen sitzen, dann können Sie dem Brauer in der Ratsherrn Brauerei ja quasi direkt über die Schulter gucken – das ist für mich Heimat gepaart mit Lebensgefühl! Ratsherrn gehört überall dort hin, wo Hamburger sind, also in die Stadt und ihren Großraum, aber auch an die Nord- und Ostseeküste Schleswig-Holsteins.“

... das Angebot eines amerikanischen Unternehmers, sich an Ratsherrn zu beteiligen:
„Als wir das Angebot bekamen, schüttelte mein Sohn nur mit dem Kopf. Er ist die fünfte Generation in unserem Familienunternehmen. Was das angeht, sind wir sehr traditionsbewusst. Und das wissen potenzielle Käufer ...“



Oliver Nordmann mit Ratsherrn-Krause. Er hat 2013 im „Alten Mädchen“ damit angefangen, 20 Fassbiere und 70 Flaschenbiere anzubieten.
FOTO: ANDREAS LAIBLE

„Bier ist langweilig geworden, daran wollen wir etwas ändern“

Der Fragebogen: Mehr Zeit am Tresen als am Schreibtisch

Was wollten Sie als Kind werden und warum?

Die großen Lkw im Fuhrpark meiner Eltern haben schon immer eine Faszination auf mich ausgeübt. Mit zwölf Jahren habe ich mir dann eines Sonntags die Schlüssel geschnappt und angefangen, sie rückwärts zu rangieren. Das war meine erste Berufserfahrung!

Was war der beste Rat Ihrer Eltern?

Mein Vater hat uns immer eingebläut: „Jungs, gegessen und getrunken wird immer – auch in 100 Jahren noch. Wir sind in der richtigen Branche!“ Diesem Rat bin ich treu geblieben. Von der Mutter weiß ich: „Die Bäume wachsen nicht in den Himmel!“

Wer war beziehungsweise ist Ihr Vorbild?

Sagen wir so, ich habe mir in frühen Jahren schon vieles abgeguckt: Bei meinem Opa habe ich jede freie Minute in Land-, Pferde- und Gastwirtschaft mitgearbeitet. Er war ein echter Händler – quasi ein Psychologe ohne Berufsausbildung. Mein Vater war Optimist und konnte Menschen begeistern, das habe ich mir gemerkt!

Was haben Ihre Lehrer über Sie gesagt?

„Schwer erziehbar und kein Sitzfleisch!“

Wann und warum haben Sie sich für den Beruf entschieden, den Sie heute machen?

Unternehmer zu sein ist meine Bestimmung, ich habe über Berufe nicht weiter nachgedacht. Schon als Jugendlicher musste ich mitarbeiten im Betrieb – Getränke ausliefern, Schützenfeste bestücken. Wir waren morgens die Ersten und abends die Letzten. Nordmann ist ein Familienunternehmen seit 110 Jahren – ich tue nichts anderes, als diese Arbeit fortzusetzen.

Wer waren Ihre wichtigsten Förderer?

Mein erster Chef in München bei der Spaten Brauerei und mein zweiter bei Roland Berger. Hier habe ich die menschlichen Grundwerkzeuge und entscheidenden Methoden für die Unternehmensführung gelernt – zum Beispiel vor einem weißen Blatt Papier zu sitzen und aus dem Nichts ein Geschäftsmodell aufzuzeichnen. „Erst die Menschen aufschließen, dann urteilen“ – auch dieser Satz hat mich geprägt!

Auf wen hören Sie?

Nur auf meine Frau, sagen meine Kinder!

Was sind Eigenschaften, die Sie an Ihren Chefs bewundert haben?
Menschlichkeit, Strategie und Umsetzungsstärke.

Was sollte man als Chef auf keinen Fall tun?

Die Mitarbeiter in ihren Potenzialen begrenzen.

Was sind die Prinzipien Ihres Führungsstils?

Tagsüber „klare Kante“ – und abends trotzdem ein Bier zusammen trinken können.

Wie wichtig war/ist Ihnen Geld?

Geld ist für mich Mittel zum Zweck, um spannende neue Projekte realisieren zu können, an die ich glaube. Das hat wohl was mit meinem Gründer-Gen zu tun.

Was erwarten Sie von Mitarbeitern?

Viel: Intrinsische Motivation, Leidenschaft, Loyalität und die Bereitschaft, eine Extrameile zu gehen.

Worauf achten Sie bei Bewerbungsgesprächen?

Entscheidend für mich ist, ob die Person dafür brennt, bei uns im Unternehmen mit anzupacken und zu gestalten. Und vor allem, ob sie bei uns ins Team und zu unseren Werten passt. Wir arbeiten mit Verhaltensanalysen – für jeden Persönlichkeitstyp eine Farbe aus Rot, Blau, Grün und Gelb. Das ist für alle transparent. Unsere Grundwerte sind vor allem Leidenschaft, Miteinander, Zuverlässigkeit und Geselligkeit.

Duzen oder Siezen Sie?

Generell duzen wir uns. Alleine meine Chefssekretärin „besteht“ seit zehn Jahren darauf, dass wir uns siezen.

Was sind Ihre größten Stärken?

Mein Durchsetzungsvermögen, meine Fähigkeit, Nischen zu erkennen und Menschen zu begeistern für meine Vorhaben.

Was sind Ihre größten Schwächen?

Manche Menschen zu überfordern und nicht rechtzeitig zu erkennen, wie ich sie besser abholen und mitnehmen kann auf unsere Reise. Deshalb habe ich schon manchen Mitstreiter bei der Zielverfolgung verloren.

Welchen anderen Entscheider würden Sie gern näher kennenlernen?

Den neuen EU-Agrarkommissar.

Was würden Sie ihn fragen?

Wie ich ihm helfen kann, eine bessere Verteilung der Milliarden-Subventionen für die Landwirtschaft zu erreichen. Und zwar hin zu mehr regionalen Kreisläufen, artgerechter Tierhaltung und Nachhaltigkeit.

Was denken Sie über Betriebsräte?

Historisch betrachtet haben sie ihre Legitimität und sind für Konzerne sicher sinnvoll, für KMU (Kleine und mittlere Unternehmen, die Redaktion) hingegen administrativ überdimensioniert. Meine Tür steht auch so immer auf!

Wann haben Sie zuletzt einen Fehler gemacht?

Ich lebe eine gesunde tägliche Fehlerkultur. Entscheidend ist, mehr richtig gemacht zu haben als falsch.

Welche Entscheidung hat Ihnen auf Ihrem Karriereweg geholfen?

Die Entscheidung, weit weg von zu Hause den Blick über den Tellerrand zu wagen. Meine Stationen waren hier München und die USA; und dort in neue Branchen wie Brauereitechnologie und Unternehmensberatung reinzuschlupern.

Wie viele Stunden arbeiten Sie in der Woche?

30 Stunden am Verhandlungstisch und 30 Stunden in der Kneipe oder bei der Kundschaft.

Wie viele Stunden schlafen Sie (pro Nacht)?

7 bis 8 Stunden nachts und ein tägliches Powernapping von 15 Minuten.

Wie gehen Sie mit Stress um?

Stress spornt mich an. Am Wochenende entspanne ich dann auf unserem Hof im Stall, bei Gesprächen im Familien- und Freundeskreis, bei Sport und Shiatsu.

Wie kommunizieren Sie?

Vornehmlich 1:1, sehr viel per Telefon und Video. Per Mail so gut wie gar nicht.

Wie viel Zeit verbringen Sie an Ihrem Schreibtisch?

Wenig, stattdessen viel Zeit am Besprechungstisch oder am Tresen.

Wenn Sie anderen Menschen nur einen Rat für ihre beruflichen Werdegänge geben dürften, welcher wäre das?

Sammelt als junge Menschen so viel Praxiserfahrung wie möglich! Wenn der Tag schnell rumgeht und ihr euch positiv gefordert fühlt – erst dann seit ihr auf dem richtigen Weg!

Was unterscheidet den Menschen von dem Manager Nordmann?

Als Manager bin ich Vielseitigkeitsreiter, als Mensch sitze ich auf dem Kutschbock.

Und zum Schluss: Was wollten Sie immer schon mal sagen?

Der Lohn eines Unternehmers sind begeisterte Kunden. Ich kenne viele Unternehmer und Unternehmerinnen, die jeden Tag mit Leidenschaft ihre Geschäfte führen. Sie vermarkten gute, regionale Lebensmittel oder bieten dem Gast ehrliche Erlebnisse in ihrer Gastronomie. Wir alle sollten genauer hingucken, bei wem wir einkaufen oder konsumieren. Und die Ehrlichen belohnen! Generell ist meine Maxime: „Halb so viel und dafür doppelt so gut!“ Die einzige Ausnahme bildet natürlich Ratsherrn Bier! Hier gilt: „Doppelt so viel ist doppelt so gut!“

ANZEIGE

DONNER & REUSCHEL
PRIVATBANK SEIT 1798

VON PROFIS. FÜR PROFIS.

**PLANEN.
ENTSCHEIDEN.
UMSETZEN.**
MIT DONNER & REUSCHEL.

Ihr Ansprechpartner: Stefan Oellrich,
Telefon 040 30217-5224
stefan.oellrich@donner-reuschel.de

Der Podcast



Abendblatt-Chefredakteur Lars Haider spricht im Podcast „Entscheider treffen Haider“ wöchentlich mit Menschen darüber, wie sie geworden sind, was sie geworden sind. Diese und alle anderen Podcast-Folgen können Sie unter www.abendblatt.de/entscheider im Internet hören.